

図 松下電器にとっての具体的なCSR

共通的な視点

- ①ガバナンス(企業統治)
- ②グローバル&グループ
- ③倫理・法令順守
- ④リスクマネジメント
- ⑤サプライチェーン
- ⑥ブランドマネジメント
- ⑦情報開示
- ⑧公益貢献

主要な構成要素

- ①環境
- ②公正な事業活動
- ③労働・人権・安全衛生
- ④情報セキュリティ
- ⑤企業市民活動
- ⑥品質
- ⑦CS(お客様対応)
- ⑧ユーザビリティ(使いやすさ)

ポーティンクやSRI等の企業調査への対応強化があげられる。これまで環境本部が担当してきた「環境報告書」を二〇〇四年版からは、全社的な編集体制に組み替え、経済・社会・環境のトリプル・ボトムラインの考え方を踏まえて、よりバランスのとれた「サステナビリティ報告書」へと衣替えした。本年は、さらなる充実を図っていききたいと考えている。各種の企業調査についても、情報の一元化を図り、当社の取り組み状況の等身大

の姿について、しっかりと説明責任を果たしていききたいと考えている。あわせて、マルチステークホルダーとのダイアログ(対話)もさらなる充実を図りCSR推進の大きな柱にしていきたい。

商品開発への反映

さらに、CSRの基本の考え方として、事業を通じた社会への貢献をあげている以上、商品開発にもCSRの考え方を反映させることが重要である。当社では、全社の戦略的商品を毎年「V商品」として認定している。この選定に当たっては、簡単に他社の追随を許さない「ブラックボックス技術」を有していることとあわせ、「環境に配慮していること」「ユニバーサルデザイン思想を取り入れていること」が条件となっている。したがって、近年発売している商品は、従来商品に比べて、大幅な省エネが実現されていたり、デジタル・デバイドを防ぐ使いやすいリモコンなどが、組み込まれている。今後、さらにもこのことを意識した商品を次々に開発して、お客様のご要望にお応えしていくことが、エレクトロニクスメーカーとしての真のCSRだと捉えている。

経営の品質、企業の競争力を高めるためのチャンス

当社は、経済的側面だけでなく、社会・環境の側面に対してもしっかりと責任を果たす企業であるとの評価を得、全世界から敬愛される企業となることを念願している。「ユビキタスネットワーク社会の実現」と「地球環境との共存」という具体的な事業ビジョンの実現と連動して、経営トップから従業員一人一人に至るまで、CSRに真摯に積極的に取り組んでいくことが、結果的にブランド力の向上をもたらし、さらなるビジネスの成功、企業価値の増大にもつながっていく、そういうことを十分に認識し、経営戦略と一体化したCSRの推進に取り組んでいくことが重要と考えている。

CSRの取り組みは、決して新しいことではなく、当社創業以来の経営理念を基本に、自発的に、着実に、継続的に取り組んでいくべきものである。そして、CSRをプームとして捉えるのではなく、経営全般にわたる品質、企業としての競争力を高めるためのチャンスと考え、全社的な推進を図っていききたいと考えている。

「社会の公器」として 事業を通じて社会に貢献する

松下電器産業CSR担当室長

遠藤啓一
えんどう けいいち



八つの視点でチェック

松下電器には、創業以来、松下幸之助創業者が確立した「社会の公器」として、事業を通じて社会に貢献する」という考えを基軸におく不変の経営理念がある。この企業を「社会の公器」として強く認識して行動することこそ、今日で言うCSRに他ならないと考えている。

当社では、二〇〇三年十月にCSRの専任部署であるCSR担当室を発足し、CSRという観点から改めて当社の経営活動全般をグローバルに見つめ、今時代が求めている「社会的責任」とは何か、そして、当社のこれまでの取り組みはどのレベルにあるのか、できていること、

できていないことを認識しようと考え取り組んでいる。具体的には、当社が考えるCSRの八つの構成要素を八つの視点〔図参照〕でチェックしていく。現状の掌握だけでも大変な作業であるが、こうして各要素ごとにPDCAサイクル(Plan, Do, Check, Action)を繰り返し返していくことこそがCSR活動の王道だと考えている。

あわせて、まず課題として取り上げたのが、自社のCSRの基本方針を改めて整備することである。先ほども述べたように当社には、創業以来の不変の経営理念があり、さらに、社員一人一人が順守すべき「行動基準」(一九九二年に制定、一九九八年に改定)が存在していたが、

昨今のCSR論議や社内検討したCSRの構成要素や視点を踏まえ、約一年の改定作業を経て、本年一月より、グローバルに通用し、松下グループとして共通の新しい「行動基準」として再改定し施行した。本年はこれをツールとして、中村邦夫社長が主唱する「スパー正直」な行動を、全社員一人一人に徹底して教育・啓発していく活動を実施しようとしている。

社会との「コミュニケーション」の 充実・強化

また、もう一つの課題として、特に社会とのコミュニケーションという観点で、環境分野からCSRへと広がってきたレ